



YOU.STAND.OUT

YOUng people STANDing OUT through the promotion of local
heritage in rural areas

KA220-YOU – Cooperation partnerships in youth

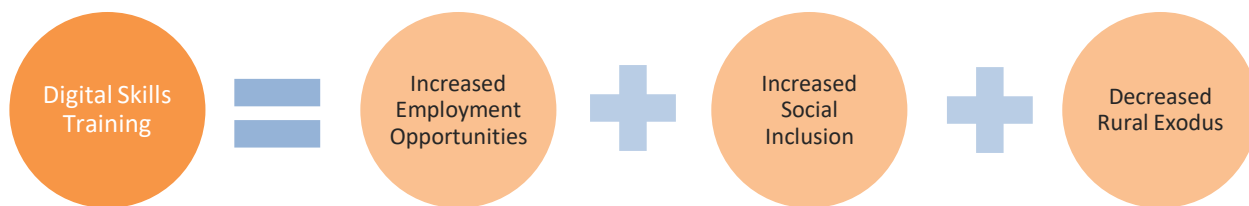
Project No. 2021-2-IE01-KA220-000051251

Έρευνα (Ανάλυση Αναγκών) στις Δεξιότητες
Μάρκετινγκ Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης
μεταξύ NEETs σε Αγροτικές Περιοχές

ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΤΩΝ ΚΥΡΙΟΤΕΡΩΝ ΣΗΜΕΙΩΝ

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

1. Εισαγωγή	1
1.	Error! Bookmark not defined.
2. Στόχος της Έρευνας	1
3. Μεθοδολογία Έρευνας	2
2.	Error! Bookmark not defined.
1. Ευρήματα Δευτεροβάθμιας Έρευνας	3
2.	3
4.	



3	
4.1 Ποιοι είναι οι NETΣ;.....	3
4.2 Χάσμα μεταξύ των φύλων	3
4.3 Αγροτικό χάσμα.....	4
4.4 Γιατί οι ψηφιακές δεξιότητες είναι σημαντικές για την αγροτική εργασία	4
4.5 Τρέχοντα εμπόδια στις ψηφιακές δυνατότητες των νέων της υπαίθρου	5
4.6 NETS και Ψηφιακό Μάρκετινγκ	5
4.7 Προώθηση της πολιτιστικής κληρονομιάς μέσω ψηφιακών πρακτικών	5
4.8 Προχωρώντας την αγροτική νεολαία.....	6
5. 5. Ευρήματα Πρωτοβάθμιας Έρευνας	Error! Bookmark not defined.
6. 6. Συμπέρασμα	10



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Κοινοπραξία You.Stand.Out

Οργανισμός	Χώρα	Περιγραφή	Ιστοσελίδα
Meath Community Rural and Social Development Partnership Ltd	Ιρλανδία	Προσφέρει συμμετοχή σε εκδηλώσεις ηγούμενες από την νεολαία και δραστηριότητες συμμετοχής νέων	https://meathpartnership.ie/
Tandem Plus	Γαλλία	Μια ομάδα δημόσιων και ιδιωτικών ευρωπαϊκών και διεθνών οργανισμών που αναπτύσσουν στρατηγικές ένταξης και απασχόλησης	http://www.tandemplus.org/
MKO Nest Berlin EV	Γερμανία	Ένας οργανισμός-ομπρέλα για την προώθηση και την εκτέλεση διεθνών έργων για τη δημιουργία αντίκτυπου για την κοινωνική αλλαγή	https://ngonest.de/de/
Rezos Brands Ανώνυμη Εμπορική Εταιρεία Ειδών Διατροφής	Ελλάδα	MME αγροδιατροφής με εξειδίκευση στο «Farm to Fork»	https://rezosbrands.com/
The Polish Farm Advisory and Training Centre	Πολωνία	Προώθηση της ανάπτυξης και της επιχειρηματικότητας στις αγροτικές περιοχές	https://farm-advisory.eu/pl/
Quality Culture SRLS	Ιταλία	Υποστήριξη της κοινωνικής ένταξης και προώθηση των αξιών της βιώσιμης ανάπτυξης	https://qualityculture.it/en/home-english/
CSI Center for Social Innovation Ltd	Κύπρος	Ινστιτούτο Ερευνών που εστιάζει στην ανάπτυξη και την εισαγωγή ανατρεπτικών λύσεων σε συστημικά κοινωνικά, εκπαιδευτικά και οικονομικά προβλήματα	https://csicy.com/

1. Εισαγωγή

Η εξασφάλιση απασχόλησης αποτελεί πρόκληση στην ΕΕ για τους νέους (18 έως 20 ετών), από αγροτικές περιοχές, καθώς η επίσημη και άτυπη εκπαίδευση δεν είναι εύκολα προσβάσιμη, με αποτέλεσμα την αύξηση του αριθμού των ατόμων που δεν ανήκουν στην εκπαίδευση, κατάρτιση ή απασχόληση (NEETs). Η κρίση κόστους διαβίωσης αποτελεί επίσης εμπόδιο για την φοίτηση στο πανεπιστήμιο, από τα έξοδα μεταφοράς έως τα έξοδα ενοικίασης. Επιπλέον, δεδομένων των συνεχών τεχνικών εξελίξεων σε κάθε τομέα της αγοράς εργασίας, οι ανάγκες των εργοδοτών έχουν επίσης εξελιχθεί, επομένως οι άνθρωποι πρέπει να έχουν ψηφιακές ικανότητες και κατάρτιση. Αυτός ο συνδυασμός έχει ως αποτέλεσμα την κοινωνική απομόνωση στις αγροτικές περιοχές, αφήνοντας έτσι τους νέους με περιορισμένες επιλογές και δυνητικά εγκαταλείποντας την περιοχή.

Το έργο YOU STAND OUT στοχεύει να αντιμετωπίσει αυτό το ζήτημα αυξάνοντας τις ευκαιρίες των NEETs προκειμένου να παρέχει ίση πρόσβαση στην αγορά εργασίας για τους νέους, μέσω της παροχής ψηφιακής κατάρτισης για την ενίσχυση των βασικών ικανοτήτων. Αυτό θα δώσει στους νέους την επιλογή να παραμείνουν στην κοινότητά τους αντί να αναγκαστούν να φύγουν, μειώνοντας τελικά τα επίπεδα του φαινομένου «brain-drain» και των ελλείψεων δεξιοτήτων. Το έργο θα αυξήσει επίσης την ευαισθητοποίηση για τα ζητήματα που αντιμετωπίζουν οι NEETs και θα εμπλακεί στις κοινότητες, π.χ. οικογένειες, τοπικές δημόσιες αρχές, MME, νέους εργαζόμενους και οργανώσεις νεολαίας στον εντοπισμό βιώσιμων λύσεων.

Η σύνοψη των ευρημάτων από την έρευνα (PR1), της οποίας ηγήθηκε η NGO NEST, Βερολίνο και πραγματοποιήθηκε από κάθε έναν από τους εταίρους της κοινοπραξίας, παρουσιάζεται σε αυτήν την περίληψη των κυριότερων σημείων.

Περισσότερες πληροφορίες για κάθε έναν από τους αντίστοιχους εταίρους μπορείτε να βρείτε στην πλήρη Διεθνή Έκθεση ή στον δικτυακό τόπο [YOU.STAND.OUT](https://www.youstandout.eu).

2. Στόχος της Έρευνας

Στόχος αυτής της έρευνας είναι να προσδιορίσει τα επίπεδα δεξιοτήτων ψηφιακού μάρκετινγκ των νέων που ζουν σε αγροτικές περιοχές. Τα ευρήματα αυτής της έρευνας θα αποτελέσουν τη βάση πάνω στην οποία θα αναπτυχθούν όλες οι υπόλοιπες δραστηριότητες, παίζοντας έτσι ουσιαστικό ρόλο για την επιτυχή υλοποίηση του έργου.

Η έρευνα παρέχει δεδομένα για την τρέχουσα κατάσταση απασχόλησης των νέων σε κάθε χώρα των εταίρων της κοινοπραξίας (επτά συνολικά), προσφέροντας παραδείγματα καλών πρακτικών από την καθεμία και προσδιορίζοντας τρόπους με τους οποίους αυτό το έργο θα αντιμετωπίσει τα κενά στις σχετικές ψηφιακές δεξιότητες που θα ενισχύσουν το ενδιαφέρον των νέων για την κληρονομιά, τις κοινότητες και την ιθαγένειά τους επιπλέον των ευκαιριών απασχόλησης.

Τέλος, αυτή η ανάλυση παρέχει μια ολοκληρωμένη κατανόηση των αναγκών των ομάδων-στόχων και αναπτύσσει το κατάλληλο εκπαιδευτικό υλικό για να προσφέρει πραγματική προστιθέμενη αξία που θα υποστηρίξει την ένταξη, την απασχόληση και την επιχειρηματικότητα στις αγροτικές περιοχές.

3. Μεθοδολογία Έρευνας

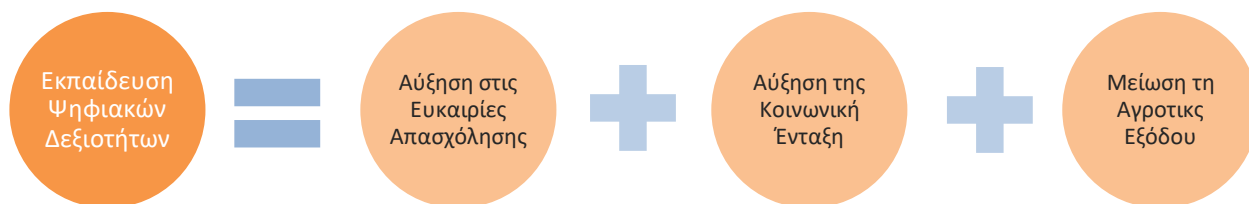
Η πρωτογενής έρευνα βασίστηκε στον τομέα και ξεκίνησε με τη συλλογή πληροφοριών μέσω ανώνυμων διαδικτυακών ερωτηματολογίων που διανεμήθηκαν σε άτομα ηλικίας 18 έως 29 ετών. Κάθε εταίρος απευθύνθηκε σε 20 νέους ανώνυμα, με αποτέλεσμα να συμπληρωθούν 140 έρευνες. Χρησιμοποιήθηκε ένα ερωτηματολόγιο για να μάθουμε τις περιοχές στις οποίες κατοικούν, την εξοικείωση και τις δεξιότητές τους σε σχέση με το μάρκετινγκ μέσω κοινωνικής δικτύωσης και εάν θα ήθελαν να διευρύνουν τις γνώσεις τους για αυτό το θέμα. Προς υποστήριξη αυτού, πραγματοποιήθηκαν τέσσερις καθοδηγούμενες συνεντεύξεις χρησιμοποιώντας μια μικτή μορφή, δηλαδή συνεντεύξεις πρόσωπο με πρόσωπο ή on-line. Ολοκληρώθηκαν 28 συνεντεύξεις για να αποκτήσουμε μια βαθύτερη κατανόηση από τις απαντήσεις που δόθηκαν και τυχόν πρόσθετες πληροφορίες που μπορεί να υποστηρίξουν την ανάπτυξη του εκπαιδευτικού υλικού σε αυτό το έργο.

Ως εκ τούτου, η ομάδα στόχος χωρίστηκε περαιτέρω σε δύο υποκατηγορίες: ηλικίες έως 18 έως 23 και 24 έως 29 ετών. Η λογική γι' αυτό ήταν ότι η μεγαλύτερη ομάδα μπορεί να είχε απασχοληθεί σε κάποιο στάδιο ή να είχε ολοκληρώσει κάποια μορφή τριτοβάθμιας εκπαίδευσης π.χ. επαγγελματική κατάρτιση ή τριτοβάθμιου επιπέδου. Ενώ η νεότερη ομάδα είναι πιο πρόσφατα εκτός σχολείου ή στα πρώτα στάδια/κοντά στην ολοκλήρωση της περαιτέρω εκπαίδευσης.

Η ακόλουθη ανάλυση δεδομένων βασίζεται σε απαντήσεις από 168 ερωτηθέντες συνολικά. Πρόσθετες πληροφορίες από τις εθνικές εκθέσεις παρέχονται ως πίστωση.

Η δευτερεύουσα έρευνα, ή “έρευνα γραφείου”, ολοκληρώθηκε από κάθε εταίρο για να εντοπίσει τρέχοντα έργα και πρωτοβουλίες που έχουν παρόμοιους στόχους και να αναγνωρίσει παραδείγματα καλών πρακτικών. Τα ευρήματα της δευτερογενούς έρευνας εμβάθυναν την ανάλυση και το εθνικό πλαίσιο των θεμάτων που οδηγούν σε NEET στις αγροτικές κοινότητες, τη σχέση με τα επίπεδα ανεργίας, την ανάγκη για εκπαίδευση ψηφιακού μάρκετινγκ.

4. Ευρήματα Δευτεροβάθμιας Έρευνας



4.1 Ποιοι είναι οι NEETs;

Το «φαινόμενο» των NEET είναι μια ευάλωτη κοινωνική ομάδα, η οποία κινδυνεύει από αποκλεισμό και ποικίλα επίπεδα φτώχειας ανάλογα με το σύστημα πρόνοιας της αντίστοιχης χώρας. Ο αριθμός των ατόμων που ταξινομούνται ως «NEET», έχει αυξηθεί περαιτέρω λόγω της πανδημίας Covid-19 – δηλαδή η ανεργία μεταξύ 15-29 ετών αυξήθηκε κατά 1,4 ποσοστιαίες μονάδες στο 13,3% το πρώτο έτος της πανδημίας σε σύγκριση με το 2019, και το ποσοστό των NEETs αυξήθηκε κατά 1,2 ποσοστιαίες μονάδες στο 13,6%. Ως αποτέλεσμα της πανδημίας Covid-19, το 2020 η ΕΕ επέκτεινε τον ορισμό της για τους «νέους» στη Στρατηγική της για τη Νεολαία για να συμπεριλάβει άτομα ηλικίας 15-29 ετών (προηγουμένως 15-24 ετών). Ως εκ τούτου, προσπαθεί να μειώσει το ποσοστό των νέων που είναι NEET για άτομα ηλικίας μεταξύ 15-29 σε 9 % έως το 2030.

Η έρευνά μας δείχνει ότι υπάρχουν διαφορές που χαρακτηρίζουν τους NEET σε κάθε χώρα εταίρο, δηλαδή το φύλο, η ηλικία και το πού ζει η πλειονότητά τους, είτε σε αστικές είτε σε αγροτικές περιοχές.

Σε όλη την Ευρώπη οι νέοι ήταν και είναι από τους πιο σοβαρά πληγθέντες από τις συνέπειες της πανδημίας. Το 2020, το ένα πέμπτο των 14 εκατομμυρίων ανέργων στην ΕΕ ήταν κάτω των 25 ετών. Η ομάδα στόχος του έργου You.Stand.Out, ορίζεται έως και την ηλικία των 29 ετών, επομένως σύμφωνα με τη Eurostat, το 13,1% των 15 - 29 ετών στην ΕΕ το 2021 μπορούν να τοποθετηθούν στην ομάδα των λεγόμενων NEET.

4.2 Χάσμα μεταξύ των φύλων

Στην ΕΕ, ο κίνδυνος να είναι κάποιος NEET είναι γενικά υψηλότερος για τις γυναίκες παρά για τους άνδρες. Ωστόσο, σε χώρες όπως η Ιρλανδία, η Ισπανία, η Λιθουανία, η Πορτογαλία, η Σλοβενία, η Σλοβακία, η Κύπρος, το Λουξεμβούργο και η Γαλλία, η αναλογία των νέων ανδρών στην ομάδα NEET είναι υψηλότερη από αυτή των νέων γυναικών. Χώρες όπως η Αυστρία, το Βέλγιο, η Βουλγαρία, η Δανία, η Φινλανδία, η Σουηδία και η Ιταλία έχουν ίσες αναλογίες.

Τα δεδομένα σχετικά με τους NEET στην Πολωνία καθορίζονται από ένα μοτίβο: γυναίκες, ανενεργές, άπειρες, υψηλής ειδίκευσης, «αποθαρρημένες εργαζόμενοι», το οποίο είναι παρόμοιο με τις χώρες εταίρους του You.Stand.Out, Ελλάδα και Ιταλία. Αυτό το μοτίβο είναι εμφανές σε χώρες με υψηλά ποσοστά NEET, οι οποίες αντιμετωπίζουν διαρθρωτικά εμπόδια στη μετάβαση των νέων από την εκπαίδευση στην αγορά εργασίας.

Στην Πολωνία, για παράδειγμα, υπάρχει πολύ υψηλότερο ποσοστό γυναικών, οικονομικά ανενεργών ατόμων και ατόμων χωρίς εργασιακή εμπειρία (ή με εργασιακή εμπειρία κάτω από τον μέσο όρο της ΕΕ) στην κατηγορία, αν και σε πολλές περιπτώσεις πρόκειται για άτομα υψηλής ειδίκευσης. Η έρευνα δείχνει ότι δεν υπάρχει αντιστοιχία μεταξύ ατόμων με χαμηλότερο επίπεδο εκπαίδευσης και εκείνων που είναι NEETs.

4.3 Αγροτικό χάσμα

Υπάρχουν περισσότερες ευκαιρίες εργασίας σε πόλεις και αστικές περιοχές και αυτό είναι ένας από τους κεντρικούς παράγοντες για τους οποίους οι άνθρωποι εγκαταλείπουν την ύπαιθρο και μετακομίζουν στις πόλεις. Ωστόσο, αυτό δημιουργεί επίσης μεγαλύτερη πυκνότητα ανταγωνισμού, με αποτέλεσμα μεγαλύτερο αριθμό όσων έχουν μόνο φτωχές ευκαιρίες για εργασία και, αν ναι, μόνο για εργασία χαμηλής ειδίκευσης στον τομέα των χαμηλών μισθών.

Η Γερμανία και η Ιταλία έχουν μεγαλύτερο αριθμό NEETs στις πόλεις και καταγράφεται για το 2021 (Ιταλία: 24,5%, Γερμανία: 10,2%), και η αναλογία αυτή αντιστρέφεται στην περίπτωση της Πολωνίας και της Ελλάδας. Εδώ η διαφορά είναι περισσότερο από 4% για την Πολωνία και σχεδόν 10% στην περίπτωση των αγροτικών περιοχών στην Ελλάδα (αγροτικές περιοχές: 22,8%, πόλεις: 13,9%). Και οι δύο χώρες είναι επομένως αναγνωρίσιμα ή σημαντικά πάνω από τον μέσο όρο της ΕΕ, ο οποίος δείχνει μερίδιο 13,7% για τους NEETs στις αγροτικές περιοχές. Στην Ιρλανδία, τη Γαλλία και την Κύπρο, οι διαφορές στη σύγκριση αστικού-αγροτικού χώρου είναι μάλλον μικρές, με την Ιρλανδία και τη Γαλλία κάτω από τον μέσο όρο της ΕΕ.

Σαφώς, υπάρχει ανάγκη να διερευνηθούν τα μεγαλύτερα ποσοστά των αγροτικών NEET που εμφανίζονται σε ευρωπαϊκές χώρες με υπο-προστατευτικά καθεστώτα πρόνοιας και τα οποία δεν υποστηρίζουν τη μετάβαση από το σχολείο στην εργασία μεταξύ των πιο ευάλωτων νέων (Schoon & Heckhausen, 2019).

4.4 Γιατί οι ψηφιακές δεξιότητες είναι σημαντικές για την αγροτική εργασία

Η τεχνολογία πληροφοριών και επικοινωνιών (ΤΠΕ) συμβάλλει στη μείωση της ερήμωσης της υπαίθρου καθώς επιτρέπει στους νέους της υπαίθρου να επιτύχουν τους προσωπικούς τους στόχους μέσω ψηφιακών πλατφορμών για διαδικτυακή εκπαίδευση, απασχόληση, υγεία, διοίκηση, τουρισμό και εμπόριο.

Οι ψηφιακές τεχνολογίες κάνουν τις αγροτικές περιοχές τόπους όπου οι νέοι μπορούν να θριαμβεύσουν (Neagu et. al, 2021). Παρέχουν περισσότερες ευκαιρίες για απασχόληση, εκπαίδευση και κατάρτιση των νέων, καθώς και τη δυνατότητα αξιοποίησης μιας παγκόσμιας κοινότητας ανθρώπων που έχουν παρόμοια ενδιαφέροντα με τα δικά τους μέσω πλατφορμών όπως εικονικές τάξεις, διαδικτυακά σεμινάρια και διάφορες άλλες ψηφιακές πηγές (Molefe, 2020).

4.5 Τρέχοντα εμπόδια στις ψηφιακές δυνατότητες των νέων της υπαίθρου

Ορισμένες από τις χώρες εταίρους έχουν μερικά από τα χαμηλότερα ποσοστά ανεργίας των νέων στην ΕΕ, ωστόσο οι νέοι στις αγροτικές περιοχές δεν έχουν την ίδια πρόσβαση στην εκπαίδευση και την εργασία με τους νέους των αστικών περιοχών λόγω έλλειψης κατάλληλων υποδομών στις αγροτικές περιοχές, όπως η δίκαιη παροχή δημόσιων υπηρεσιών, οι δημόσιες συγκοινωνίες, η συνδεσιμότητα δεδομένων και η έλλειψη ευκαιριών απασχόλησης.

Η έρευνά μας δείχνει ότι οι αγροτικές περιοχές της Ιρλανδίας ασχολούνται λιγότερο με την ψηφιακή τεχνολογία και έχουν χαμηλότερα επίπεδα εκπαίδευσης και χαμηλότερα εισοδήματα. Στην Κύπρο, υπάρχουν λίγα διαθέσιμα προγράμματα που προσεγγίζουν τη συγκεκριμένη ομάδα-στόχο των NEETs σε αγροτικές περιοχές.

Στην Ιταλία, η πλειονότητα των συμμετεχόντων σε μια έρευνα που διεξήχθη από τη Salesforce δεν αισθάνεται έτοιμη να λειτουργήσει σε έναν ψηφιακό κόσμο. Με άλλα λόγια, η αντίληψη των νέων είναι ότι η ευρεία χρήση της ψηφιακής τεχνολογίας και των εργαλείων που χρησιμοποιούνται στην ιδιωτική ζωή δεν εξοπλίζει αυτόματα τους νέους με αυτές τις δεξιότητες όσον αφορά τον κόσμο της εργασίας. Ως εκ τούτου, μια καλά προσαρμοσμένη εκπαίδευση όχι μόνο θα αυξήσει τις ψηφιακές δυνατότητες πολλών νέων, αλλά θα ενισχύσει και την αυτοπεποίθησή τους.

4.6 NEETs και Ψηφιακό Μάρκετινγκ

Οι περισσότερες σύγχρονες επικοινωνίες γίνονται μέσω του διαδικτύου, ειδικά στα κοινωνικά δίκτυα, καθιστώντας έτσι απαραίτητο να γνωρίζουμε πώς να τα χρησιμοποιούμε, ιδιαίτερα στο χώρο εργασίας. Το ψηφιακό μάρκετινγκ είναι επομένως ένα ισχυρό εργαλείο για την εκπαίδευση των νέων γενεών και τη μείωση της ανισορροπίας στην απασχόληση. Το έργο You.Stand.Out περιλαμβάνει εστίαση στο μάρκετινγκ μέσω κοινωνικής δικτύωσης με σκοπό την προώθηση της τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς.

4.7 Προώθηση της πολιτιστικής κληρονομιάς μέσω ψηφιακών πρακτικών

Οι πολιτικές για την προώθηση της πολιτιστικής βιομηχανίας ανοίγουν τις πόρτες όχι μόνο σε νέους τομείς δραστηριοτήτων και νέες θέσεις εργασίας που συνδέονται στενά με το επιχειρηματικό μοντέλο 4.0, αλλά και σε ένα πλαίσιο καινοτόμων δεξιοτήτων, δεξιοτήτων που έχουν εγκάρσιο και μετασημασιακό χαρακτήρα που σχετίζεται με την ψηφιοποίηση, με το διαδίκτυο των πραγμάτων και την τεχνητή νοημοσύνη. Όλα αυτά στο πλαίσιο ενός μοντέλου κυκλικής οικονομίας με στόχο τη

διατήρηση και ανάδειξη της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς σε ένα πλαίσιο κυκλικής και βιώσιμης ανάπτυξης.

Η αύξηση της πρόσβασης στην εκπαίδευση ψηφιακών δεξιοτήτων έχει τη δυνατότητα να ενδυναμωθούν οι νέοι ως δικαιούχοι της ψηφιακής αγροτικής απασχόλησης και να συμβάλουν στη βιωσιμότητα των αγροτικών κοινοτήτων.

4.8 Προχωρώντας τη νεολαία της υπαίθρου μπροστά

Το έργο You.Stand.Out έλαβε υπόψη τους Ευρωπαϊκούς Στόχους για τη Νεολαία που στοχεύουν να υποστηρίξουν συγκεκριμένα τη νεότερη γενιά. Οι 11 ευρωπαϊκοί στόχοι για τη νεολαία τονίζουν τα ζητήματα που επηρεάζουν τους νέους σε όλη την Ευρώπη και προσδιορίζουν τις προτεραιότητές τους για ένα βιώσιμο και επιτυχημένο μέλλον, οι οποίοι περιλαμβάνουν την «Ποιοτική Εκπαίδευση» και την «Ποιοτική Απασχόληση για Όλους». Είναι ο Στόχος για την Νεολαία #6 «προχωρώντας τη νεολαία της υπαίθρου μπροστά», με τον οποίο το έργο είναι πιο ευθυγραμμισμένο, καθώς στοχεύει στη βελτίωση των συνθηκών των νέων στις αγροτικές περιοχές και στην καταπολέμηση της δημογραφικής και κοινωνικοοικονομικής παρακμής, ξεκλειδώνοντας το δυναμικό της αγροτικής νεολαίας.

5. Πρωτογενή Ευρήματα από την Έρευνα

Η ακόλουθη ανάλυση δεδομένων βασίζεται σε απαντήσεις από 168 ερωτηθέντες συνολικά.

Ερώτηση 1 – Φύλο

Από τους ερωτηθέντες από τις επτά χώρες εταίρους, μια μικρή πλειοψηφία αυτοπροσδιορίστηκε ως «γυναίκες» (51,9%). Το 44,9% των ερωτηθέντων ταυτίστηκαν ως άνδρες, ενώ ένα άλλο 2,5% ως «μη δυαδικό». Μόνο στην Πολωνία και στη Γαλλία οι αριθμοί για τους «άντρες» ερωτηθέντες ήταν υψηλότεροι από τους «γυναίκες».

Ερώτηση 2 – Ηλικία

Περίπου τα δύο τρίτα των ερωτηθέντων στη μελέτη μας είναι ηλικίας 24-29 ετών (64,5%), ενώ το 35,5% δήλωσε ότι ήταν 18 έως 23 ετών όταν ερωτήθηκε. Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων ήταν πολίτες των χωρών τους, ωστόσο, σε λίγες περιπτώσεις οι απαντήσεις έδειξαν διαφορετικές εθνικότητες (Ισπανοί, από το Εκουαδόρ, Αιγύπτιοι).

Ερώτηση 3 – Πληθυσμός

Ρωτήσαμε εάν οι ερωτηθέντες ζούσαν σε μέρος με:

- λιγότερο από 1.000 κατοίκους

- 1.000 έως 4.999 κατοίκους
- 5.000 έως 9.999 κατοίκους
- 10.000 έως 19.999 κατοίκους
- 20.000 με 50.000 κατοίκους
- πάνω από 50.000 κατοίκους

Περίπου το 70% των ερωτηθέντων μας ζει σε μικρές πόλεις και αγροτικές περιοχές, με μόνο το 29,7% να ζει σε μέρη με περισσότερους από 50.000 κατοίκους. Ωστόσο, πρέπει να ειπωθεί ότι ένας άνω του μέσου όρου αριθμός συμμετεχόντων από την Ιταλία που συμμετείχαν σε αυτήν την έρευνα έπρεπε να καταταχθεί σε αυτήν την κατηγορία (δηλαδή τη μητροπολιτική περιοχή της Ρώμης), ακόμη και αν οι πραγματικοί χώροι διαβίωσης και οι συνθήκες επί τόπου αντιστοιχούν περισσότερο σε μικροαστική και προαστιακή περιοχή.

Ερώτηση 4 – Εκπαιδευτικό Επίπεδο

Λίγο περισσότεροι από τους μισούς ερωτηθέντες (51,7%) έχουν ολοκληρώσει κάποια μορφή τριτοβάθμιας εκπαίδευσης έχοντας αποκτήσει πανεπιστημιακό πτυχίο, π.χ. Bachelor ή Master. Το 37,9% τελείωσε το λύκειο/δημοτικό. Μόνο περίπου το 10% των ερωτηθέντων μας δήλωσαν ότι είχαν εγκαταλείψει το εκπαιδευτικό σύστημα μετά το γυμνάσιο ή πριν τελειώσουν. Τα στοιχεία δείχνουν περαιτέρω ότι δεν υπάρχει αντιστοιχία μεταξύ ατόμων με χαμηλότερο μορφωτικό επίπεδο και εκείνων που είναι NEET.

Ερώτηση 5 – Κατάσταση Απασχόλησης/NEET

Συνολικά το 19,6% των ερωτηθέντων ταυτίστηκε ως NEET, δηλαδή ένας στους πέντε ερωτηθέντες της μελέτης. Το 30,4% απασχολείται σήμερα. Το 17,4% είναι επί του παρόντος στην εκπαίδευση. Το 12,7% εργάζονται ως ελεύθεροι επαγγελματίες. Το 11,4% εργάζεται επί του παρόντος με μερική απασχόληση. Το 5,1% κάνει πρακτική άσκηση. και το 3,8% συμμετέχει σε κάποιο είδος εκπαίδευσης για δεξιότητες που βασίζονται στην εργασία.

Ερώτηση 6 – Ψηφιακές Δραστηριότητες

Το 87% των ερωτηθέντων χρησιμοποιεί τόσο έναν επιτραπέζιο υπολογιστή ή φορητό υπολογιστή όσο και μια φορητή συσκευή, όπως το smartphone ή το tablet τους για πρόσβαση στο διαδίκτυο. Πάνω από το 90% χρησιμοποιεί το Διαδίκτυο για ιδιωτικούς σκοπούς, τα δύο τρίτα το χρησιμοποιούν επίσης για σκοπούς που σχετίζονται με την εργασία, συμπεριλαμβανομένων των αναζητήσεων εργασίας και της κατάρτισης· και περισσότεροι από τους μισούς ερωτηθέντες είπαν ότι το χρησιμοποιούν στο πλαίσιο της εκπαίδευσης (σπουδών) ή στο σχολείο.

Οι ερωτήσεις αναλύθηκαν περαιτέρω για να εξεταστεί το Πλαίσιο Ψηφιακών Ικανοτήτων της ΕΕ 2.0, δηλαδή:

- Πληροφορίες
- Επικοινωνία

- Δημιουργία Περιεχομένου
- Επίλυση προβλήματος

Συνολικά, η πλειονότητα των ερωτηθέντων σε όλες τις χώρες είναι συνηθισμένοι να εκτελούν δραστηριότητες όπως η χρήση μηχανών αναζήτησης, η αποστολή email, η συμμετοχή σε κοινωνικά δίκτυα και η κοινή χρήση περιεχομένου μέσω. Είναι εξοικειωμένοι με μια απλή καθημερινή χρήση της ψηφιακής τεχνολογίας.

Ερώτηση 7 – Ψηφιακά Μέσα στην Εργασία

Σχεδόν τα δύο τρίτα των ερωτηθέντων ανέφεραν ότι έχουν ήδη κάποια εμπειρία στη χρήση ορισμένων από τα ψηφιακά εργαλεία στην εργασία (63,1%). Η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης σε έναν χώρο εργασίας διατηρεί ένα αρκετά υψηλό ποσοστό (π.χ. - 38,1% στην Ιταλία) επομένως θεωρούνται ως επαγγελματικά εργαλεία. Η ηλεκτρονική αποθήκευση, οι βιντεοκλήσεις, οι μηχανές αναζήτησης έχουν ως αποτέλεσμα θεμελιώδη εργαλεία προσωπικά και κατά την εργασία προσδιορίστηκαν ως συχνές δραστηριότητες που ολοκληρώθηκαν από τους ερωτηθέντες. Η δημιουργία και η κοινή χρήση περιεχομένου, όπως εικόνων και βίντεο, συνδέεται κυρίως με την ιδιωτική χρήση του ιστού και όχι με την επαγγελματική. Θα μπορούσαμε να πούμε ότι οι περισσότεροι οργανισμοί βασίζονται σε επαγγελματικές υπηρεσίες για τη δημιουργία και την κοινή χρήση του περιεχομένου τους στο διαδίκτυο.

Για τους συμμετέχοντες στην Ελλάδα, διάφορα ψηφιακά εργαλεία που χρησιμοποιούνται σε τακτική βάση, όπως η δημιουργία αντιγράφων ασφαλείας αρχείων σε διακομιστές cloud και η αποστολή email, δεν ήταν δύσκολα. Το αποτέλεσμα τόσο από την Ελλάδα όσο και από την Πολωνία ανέφερε ότι η χρήση μηχανών αναζήτησης, η επικοινωνία μέσω email και μέσω κοινωνικής δικτύωσης και η επεξεργασία εικόνων αποτελούν επίσης μέρος κάποιας εμπειρίας εργασιακού πλαισίου και χρησιμοποιήθηκαν για προώθηση που σχετίζεται με την εργασία ως μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Στην Κύπρο, ένας από τους συνεντευξιαζόμενους δήλωσε ότι δημιούργησε τα δικά του βίντεο για να προωθήσει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες του.

Ερώτηση 8 – Ενδιαφέρον για την κατάρτιση

Το 37,9% των ερωτηθέντων εξέφρασε ότι θα τους ενδιέφερε «πολύ» να λάβουν εκπαίδευση σχετικά με τις δεξιότητες μάρκετινγκ ψηφιακών μέσων και μέσω κοινωνικής δικτύωσης. Το 31,1% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι «μάλλον» θα συμμετείχε, ενώ το 23,5% απάντησε «ίσως». Μόνο το 4,5% των ερωτηθέντων είπε ότι η συμμετοχή τους ήταν απίθανη ή δεν έδειξαν ενδιαφέρον για τέτοιου είδους εκπαίδευση.

Αυτά τα ευρήματα προκάλεσαν το ερώτημα ένατο.

Ερώτηση 9 – Μαθησιακές Απαιτήσεις

Δεδομένου ότι περισσότερα από τα δύο τρίτα των ερωτηθέντων ενδιαφέρονται ή ακόμη ενδιαφέρονται πολύ για την ψηφιακή εκπαίδευση, δόθηκε η ευκαιρία στους ερωτηθέντες να επιλέξουν τις προτιμήσεις τους από μια λίστα επιλογών.

Η πλειονότητα εξέφρασε ενδιαφέρον για εκπαιδεύσεις με βάση τον τρόπο κατασκευής μιας ιστοσελίδας, ακολουθούμενη από τη δημιουργία περιεχομένου βίντεο και την προώθηση χρησιμοποιώντας το Instagram και το Youtube και τη χρήση του photoshop για την επεξεργασία εικόνων. Τα θέματα που έλαβαν το χαμηλότερο επίπεδο ενδιαφέροντος περιλάμβαναν εκμάθηση γραφιστικής για λογότυπα, πνευματικά δικαιώματα διαδικτύου και κατανόηση excel. Παρόλο που η προστασία πνευματικών δικαιωμάτων στο Διαδίκτυο δεν ήταν βασική προϋπόθεση μάθησης, θα εξακολουθεί να περιλαμβάνεται στην εκπαίδευση καθώς αποτελεί αναπόσπαστο μέρος του ψηφιακού μάρκετινγκ.

Ουσιαστικά, όλοι οι ερωτηθέντες γνωρίζουν ότι η ψηφιακή ικανότητα είναι θεμελιώδης για την απασχόληση.

Οι τρεις τομείς προτεραιότητας που προσδιόρισαν οι ερωτηθέντες ήταν:

Τεχνικές δεξιότητες: δεξιότητες κώδικα και διαχείρισης ιστότοπου ζητήθηκαν από τους ερωτηθέντες μας, καθώς λίγοι είχαν γνώση σε αυτούς τους τομείς, αλλά γνωρίζουν ότι αυτές οι ικανότητες μπορεί να ενισχύσουν τις ευκαιρίες απασχόλησής τους. Η γνώση των αλγορίθμων των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για τις ροές των χρηστών και ο προγραμματισμός των σχεδίων ανάρτησης προσδιορίστηκαν επίσης ως χρήσιμες.

Δεξιότητες επικοινωνίας: Οι ερωτηθέντες γνωρίζουν τη σημασία της δυνατότητας δημιουργίας και διαχείρισης διαδικτυακών επαφών με πελάτες και συνεργάτες. Υπάρχει έντονο ενδιαφέρον για τη διαχείριση καναλιών και πλατφορμών όπως το YouTube ή το Instagram. Απαιτούνται συγκεκριμένα εργαλεία για διαφορετικές ομάδες-στόχους, τεχνικές επικοινωνίας και προσεγγίσεις για τη δημιουργία και τη διαχείριση μιας κοινότητας.

Δεξιότητες στα social media: Σχεδόν όλοι οι συμμετέχοντες γνωρίζουν ότι η χρήση και η συμμετοχή στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι σχεδόν πανταχού παρούσα. Πολλοί ερωτηθέντες μπορεί να μην γνωρίζουν πώς να «τρέξουν» και να διαχειριστούν σωστά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σωστά, αποτελεσματικά και με ασφάλεια. Σχεδόν όλοι οι συμμετέχοντες μοιράζονται περιεχόμενο μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και των δικτύων, και αυτό θεωρείται ως μία από τις πιο σημαντικές δεξιότητες που πρέπει να αποκτήσουν για το εργασιακό περιβάλλον.

Ερώτηση 10 Εκπροσώπηση στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης Τοπικών Αγροτικών Περιοχών

Συνολικά, το 42,1% των ερωτηθέντων αξιολόγησε την εικόνα της περιοχής τους στις εμφανίσεις των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ως «μη καλή», ενώ το 31,7% ισχυρίζεται ότι οι περιοχές τους εκπροσωπούνται καλά, παραδείγματα και αιτιολογήσεις δόθηκαν κατά τη διάρκεια συνεντεύξεων. Το 26,2% είπε ότι «δεν γνωρίζει» εάν οι περιφέρειές τους εκπροσωπούνται καλά, κάτι που είναι σε αντίθεση με τους ερωτηθέντες από την Κύπρο, όπου ένα ηχηρό 75% πιστεύει ότι η περιοχή του δεν εκπροσωπείται καλά στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Καθώς το έργο You.Stand.Out εστιάζει στο μάρκετινγκ μέσω κοινωνικής δικτύωσης με σκοπό την προώθηση της τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς, ήταν σημαντικό να εξακριβωθεί η σχέση των νέων με την περιοχή τους και πώς καθορίζουν την εκπροσώπηση των αντίστοιχων περιοχών τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Η έλλειψη βασικών δεξιοτήτων και αντίστοιχης κατάρτισης στις ψηφιακές δεξιότητες, ειδικά στον νεαρό πληθυσμό και ιδιαίτερα στις αγροτικές περιοχές, δείχνει ξεκάθαρα τη μεγάλη ανάγκη για περαιτέρω κατάρτιση στον ψηφιακό μετασχηματισμό σχεδόν όλων των τομέων της κοινωνίας και της εργασίας.

6. Συμπέρασμα

Καθώς η τεχνολογία αποτελεί πλέον μέρος σχεδόν κάθε εργασίας, η κατοχή έστω και βασικών ψηφιακών δεξιοτήτων θα ανοίξει σημαντικά περισσότερες ευκαιρίες απασχόλησης, ιδίως για νεότερους που κατοικούν σε αγροτικές περιοχές.

Το έργο You.Stand.Out είναι ένα από μια σειρά έργων και πρωτοβουλιών που στοχεύουν στην καταπολέμηση της ανεργίας των νέων και παρέχουν στους νέους προοπτικές σταδιοδρομίας και ένα αυτοκαθορισμένο μέλλον που αξίζει να ζήσουν μέσω διαφόρων μέτρων επαγγελματικής κατάρτισης και συνεχούς εκπαίδευσης. Η εστίαση του You.Stand.Out είναι ξεκάθαρα στη νεολαία σε αγροτικές περιοχές, προσφέροντας στους νέους στην Ευρώπη ευκαιρίες για ψηφιακή εκπαίδευση, με έμφαση στις δεξιότητες μάρκετινγκ μέσω κοινωνικής δικτύωσης.

Η κοινωνική ένταξη συνδέεται στενά με την κοινωνική και κοινωνικοοικονομική συμμετοχή. Η μειωμένη προσκόλληση στην ύπαιθρο και την περιφέρεια αποδεικνύεται από την «αγροτική φυγή» λόγω έλλειψης μελλοντικών προοπτικών και την έλλειψη εμπιστοσύνης, που και τα δύο μπορούν να δημιουργηθούν «τοπικά».

Η ψηφιοποίηση που περιλαμβάνει όλους τους τομείς της κοινωνίας δεν μπορεί να υποτιμηθεί για την αναβάθμιση των αγροτικών περιοχών και των χώρων διαβίωσης. Με τη λειτουργική ψηφιακή υποδομή σε αγροτικές περιοχές, η συμμετοχή στην επαγγελματική ζωή είναι εφικτή στις αγροτικές περιοχές, καθώς οι ευκαιρίες εργασίας δεν περιορίζονται πλέον αποκλειστικά στην επιτόπια παρουσία, επομένως είναι δυνατό για τους νέους να έχουν την επιλογή να ζήσουν και να εργαστούν σε αγροτικές περιοχές. Ως εκ τούτου, είναι επιτακτική ανάγκη οι νέοι να λαμβάνουν επαρκή κατάρτιση στις ψηφιακές δεξιότητες για να έχουν αυξημένη πρόσβαση στη βιώσιμη απασχόληση.

Με βάση τις εκπαιδευτικές προτιμήσεις των ερωτηθέντων, οι απαιτούμενες ψηφιακές δεξιότητες κυμαίνονται από το σχεδιασμό ιστοτόπων, την εκπαίδευση σε κώδικα και την επεξεργασία εικόνας έως την ανάπτυξη ηλεκτρονικού εμπορίου και το διαδικτυακό μάρκετινγκ. Αυτές οι δεξιότητες πρέπει να βρίσκονται στον πυρήνα του προγράμματος e-learning του You.Stand.Out.